

## Las exposiciones y las ferias: la última década

**Alejandra Antolín Dulac**

Apogeo, transición, innovación, recesión.....El sector de las exposiciones y ferias nacionales pasó en los últimos diez años por todas las instancias que los vaivenes del mercado le hicieron transitar, a pesar de esto los números marcan una tendencia innegable: tanto las ferias como las exposiciones crecieron en su realización , año tras año, en donde hay una inversión millonaria y se generan puestos de trabajo.

En la última década, las exposiciones tuvieron que adecuar su conformación, producto de los cambios vertiginosos en el mercado; de generales pasaron a ser sectoriales; o sea con el carácter de ferias temáticas. No es el caso de la exposición ganadera, que en lugar de especializarse en su temática (el ganado), con el tiempo se convirtió en un paseo de compras para toda la familia, todo esto promovido por el ímpetu de vender más metros cuadrados.

La referida sectorización obligó a los organizadores de ferias y exposiciones a buscar un lugar en el mercado para posicionar, así muestras como Fematec, Envase, Pintura y Telecomunicaciones empezaban una nueva manera de exhibición, en donde el encuentro de oferta y demanda, era esencial el perfil del visitante.

La década abrió la era de la especialización y el profesionalismo, cuando antes se realizaba el esfuerzo por colmar los pasillos de público de toda clase y especie.

En este tiempo fue un hecho característico el desembarco de empresas extranjeras en nuestro país como lugar potencial para presentar muestras que eran un éxito en su país de origen,; fue el caso del Salón Internacional del Automóvil en Buenos Aires, algunas de las exposiciones que con los años se posicionan en la Argentina. De la misma forma organizaciones internacionales comenzaron a intervenir en el mercado local, de una manera que cambió sustancialmente el sector: las asociaciones. Las trasnacionales E. J. Krause, Ogden, Diversified Business Communications y dmg word media, son sólo una muestra de las compañías mundiales que estuvieron en nuestro país para renovar y ampliar el espectro de ferias y exposiciones de los organizadores locales.

En los últimos tiempos se está reduciendo el número de participantes de las ferias y exposiciones, quizás, producto de la crisis o el monopolio de algunas empresas.

El desafío más grande al que debieron enfrentarse los empresarios nacionales en los últimos años fue tener que hacer frente a la competencia internacional, sobre todo para aquellos que no respondían a los standards de calidad que requieren los mercados mundiales y cuya producción no era suficiente como para soportar la demanda de terceros.

Y quiénes sí cumplían con estos requisitos tuvieron que evadir otro obstáculo: cómo salir al mundo.

La última década fue incesante y parejo, y cuando cada uno debió sobrellevar el peso de la crisis y los cambios en el mercado, salieron venturosos y se posicionaron como un sector con un gran porvenir.

## Creatividad y business: la inserción de un publicitario en el ámbito de la administración de empresas

**Eugenia Álvarez del Valle**

La idea de abordar este tema surge de mi experiencia personal. Me encuentro actualmente al frente de la cátedra de Publicidad en la misma Universidad que me formó. Cursé la Licenciatura de Publicidad y ejercí la profesión en tres agencias publicitarias. Luego se produjo un cambio de rumbo en mi vida profesional,